

Les profils d'entrepreneurs les plus identifiés : Une revue de littérature

The most identified entrepreneur profiles : a literature review

El GHISSASSI Imane

Doctorante

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, ENCG

Université IBN TOFAIL - Kénitra

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations, LRSGO

Maroc

Imane.elghissassi@uit.ca.ma

AZDIMOUSA Hassan

Enseignant-chercheur

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, ENCG

Université IBN TOFAIL - Kénitra

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations, LRSGO

Maroc

hassan.azdimousa@encgk.ma

Date de soumission : 15/03/2020

Date d'acceptation : 02/05/2020

Pour citer cet article :

El GHISSASSI. I. & AZDIMOUSA. H. (2020) « Les profils d'entrepreneurs les plus identifiés : Une revue de littérature », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 3 : Numéro 2 » pp : 882 – 900

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.5281/zenodo.3782548>

Résumé

L'entrepreneur, initiateur de changement et preneur de décisions, est depuis quelques années au cœur des intérêts des chercheurs vu son lien étroit avec les facteurs de succès de l'entreprise qui elle, contribue considérablement au développement socio-économique d'un pays en créant de la richesse, de l'emploi et de la valeur ajoutée et en stimulant l'innovation et la créativité. Pour pouvoir percer le mystère de l'entrepreneur et comprendre l'acteur clé derrière la réussite des entreprises, nombreux sont les chercheurs qui ont tenté d'identifier le profil de l'entrepreneur en répondant à la question : En quoi les caractéristiques d'un entrepreneur diffèrent-elles de celles d'un non-entrepreneur ? Cette comparaison avec des travailleurs salariés ou avec des individus de manière générale a ressorti un grand nombre de caractéristiques propres à l'entrepreneur. Ces dernières ont permis à leur tour aux chercheurs, selon leur orientation, de définir les profils de l'entrepreneur. Ce travail identifie les caractéristiques de l'entrepreneur à travers l'étude de six écoles de pensées et dresse une liste de 159 profils d'entrepreneurs cités dans la littérature de 1890 à 2017, classés par nombre de citations. Il en résulte cinq profils retenus comme étant les plus identifiés et une analyse de leurs principales caractéristiques.

Mots clés : Entrepreneuriat ; Entreprise ; Entrepreneur ; Profils ; Caractéristiques.

Abstract

Enterprise contributes significantly to the socio-economic development of a country by creating wealth, employment and added value and also by stimulating innovation and creativity. Closely linked to the success factors of a company, the entrepreneur, as an initiator of change and decision maker, has been at the heart of researchers interests for several years. In order to unravel the mystery of the entrepreneur and understand the key actor behind the success of businesses, many researchers have tried to identify the entrepreneur profile by answering the question : How do the characteristics of an entrepreneur differ from those of a non-entrepreneur ? This comparison with salaried workers or individuals in general has revealed a large number of characteristics that are specific to the entrepreneur, which in turn have allowed researchers, depending on their orientation, to define the entrepreneur profiles. This work identifies the characteristics of the entrepreneur through the study of six schools of thought and lists 159 profiles of entrepreneurs cited in the literature from 1890 to 2017, sorted by number of citations. Five profiles were retained as the most identified and their main characteristics were analysed.

Keywords : Entrepreneurship ; Enterprise ; Entrepreneur ; Profiles ; Characteristics.

Introduction

Il est habituel de distinguer les entrepreneurs par vocation, ceux qui ont la fibre d'entreprendre, qui ont choisi de l'être et sont motivés pour y exceller et les entrepreneurs par nécessité, qui eux se sont retrouvés obligés d'emprunter la voix de l'entrepreneuriat, pour des raisons liées principalement à la rareté des opportunités d'embauche ou encore pour maintenir l'existence d'une entreprise familiale qu'ils ont hérité. Cette différenciation, plutôt légitime, met en avant la motivation comme principal critère de classement des entrepreneurs. Cela dit, elle ne peut être l'unique critère. Premièrement, parce que la motivation drainée par le besoin peut être aussi importante que celle inspirée par la vocation, et deuxièmement, car les motivations d'une personne sont en perpétuelle évolution et peuvent changer à tout moment.

Une plus profonde réflexion est exigée pour donner sens à l'hétérogénéité des entrepreneurs et pour comprendre les caractéristiques qui guident leurs choix et décident en grande partie du succès de leur entreprise ou de son échec. En effet, l'entrepreneur est le moteur de l'entreprise et l'unique décideur dans le cas des petites. Raison pour laquelle, les travaux de littérature se sont intéressés aux caractéristiques personnelles pour définir les types de profils pouvant être attribués aux entrepreneurs. Toutefois, certains chercheurs pensent que cela n'est pas dépendant de particularités propres à l'entrepreneur mais plutôt au type d'opportunité qui l'attirera et aux problèmes auxquels il sera confronté (Cole, 1959) et que l'entrepreneuriat doit être analysé du point de vue de ce que fait un entrepreneur et non pas de ce qu'il est, et que la création d'une organisation est un processus complexe et le résultat de nombreuses influences (Vesper, 1980).

Cette diversité en termes de facteurs d'influence de l'entrepreneur a mené à une multiplicité de caractéristiques toutes suggérées dans la tentative de comprendre l'entrepreneur et de lui définir un profil. Cependant, en examinant les différents profils proposés par les chercheurs, nous avons constaté que la majorité des caractéristiques utilisées pour les définir sont particulièrement liées au comportement humain (Sens de l'engagement, vision, indépendance, capacité d'adaptation, créativité, innovation, besoin de réussite, besoin de pouvoir, besoin de reconnaissance, besoin de sécurité, attitude à la croissance, attitude en relations interpersonnelles, attitude aux risques, leadership, style stratégique, etc.).

Ce constat nous met face à une panoplie de propositions littéraires en termes de caractéristiques de l'entrepreneur mais aussi en termes de profils qui lui sont assimilés, ceci rend difficile le cadrage de l'entrepreneur et les possibilités de l'étudier. En l'absence de profils communément définis par la communauté scientifique, nous cherchons à travers ce travail à ressortir et à analyser les profils les plus cités dans la littérature afin de constituer une base de profils d'entrepreneurs fiable sur laquelle les chercheurs pourraient s'appuyer pour réaliser leurs études. Ainsi, notre problématique peut être formulée comme suit : Quels sont les profils d'entrepreneurs les plus identifiés dans la littérature et quels sont les caractéristiques type de ces profils ?

Pour pouvoir répondre à notre problématique, nous allons dans un premier temps présenter une synthèse des philosophies des différentes écoles de pensée avec une logique de description des caractéristiques de l'entrepreneur et de ses compétences en distinguant six écoles de l'entrepreneuriat, ensuite, en se basant sur une recherche approfondie dans la littérature, nous allons étaler une liste de 159 profils d'entrepreneurs identifiés que nous avons

classés par nombre de citations, pour finalement ressortir les cinq profils les plus identifiés dans le champ littéraire et leurs caractéristiques.

1. Modèles entrepreneuriaux :

Le concept de l'entrepreneuriat a connu une grande évolution dans le temps et la littérature regorge aujourd'hui de modèles entrepreneuriaux qui tentent d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat. Cependant, Cunningham & Lischeron (1991) ont consolidé les travaux de six écoles de pensée en entrepreneuriat : l'école de la "grande personne", l'école des caractéristiques psychologiques, l'école classique de l'entrepreneuriat, l'école du leadership, l'école de gestion de l'entrepreneuriat et l'école intra-entrepreneuriale.

1.1 L'école du "grand homme" ou "Great person" :

Cette école met l'accent sur les réussites d'entrepreneurs célèbres et de qualités innées. La perception de l'entrepreneur est celle d'un individu chargé d'énergie, de puissance et de succès. Les entrepreneurs sont représentés tels des êtres « *exceptionnels, intuitifs, à l'instinct inné, qui sont aussi de grands leaders et ont besoin des qualités de leadership pour réussir* » (Baronet, 1996, p.7). Selon (Cunningham et Lischeron, 1991) sans cette faculté intuitive, l'individu n'aurait pas la fibre entrepreneuriale. Dans cette école, l'entrepreneur a une confiance exceptionnelle en lui et en ses capacités, il est également doté d'un haut niveau de vigueur, de persistance, de vision, de détermination et d'estime de soi.

1.2 L'école des caractéristiques psychologiques :

L'école des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneuriat, étudie l'entrepreneuriat en analysant l'individu. Les individus sont ainsi l'unité d'analyse. Cette approche considère que les entrepreneurs ont des valeurs, des besoins et une attitude propre à eux, ce qui permet de distinguer les entrepreneurs des non-entrepreneurs. Selon Lachman, (1980), les individus qui présentent des caractéristiques similaires à celles des entrepreneurs auront une plus grande propension à fonctionner dans le domaine entrepreneurial. Cette école de pensée se focalise sur les traits distinctifs, les caractéristiques psychologiques particulières d'un entrepreneur, qui peuvent être des valeurs telles que l'éthique, la responsabilité, les attitudes telles que la prise de risques, les initiatives, l'autonomie ou les besoins tels que l'indépendance ou l'accomplissement.

Contrairement à l'école du « Grand homme », cette école soutient que l'esprit d'entreprise est une tendance qui se développe au fil du temps chez un individu par le biais du processus de socialisation et d'apprentissage.

1.3 L'école classique :

L'école classique, quant à elle, fonde sa théorie autour de la notion d'aventure, qui est imprégnée d'un élément de risque et nécessite de la créativité ou de l'innovation. Les principaux ingrédients de l'esprit d'entreprise, selon cette école, sont l'innovation et la créativité. Pour cette école de pensée, l'innovation est la principale caractéristique du comportement entrepreneurial. Dans cette optique, l'esprit d'entreprise désigne le processus de création d'opportunités ou de recherche d'opportunités - un style de gestion qui suscite l'innovation (Peterson, 1985). L'innovation est ainsi liée à l'individualisme. De nombreuses personnes innovantes ont tendance à mettre l'accent sur la subjectivité et l'individualisme dans l'utilisation de leur processus d'innovation (Cunningham & Lischeron, 1991). L'innovateur est souvent motivé par la satisfaction de besoins personnels et a parfois peu de considération pour

l'intérêt de la société ou de l'organisation (Zervous, 1952, cité dans Cunningham & Lischeron, 1991).

1.4 L'école du leadership :

L'école du leadership, observe un entrepreneur comme quelqu'un qui s'appuie sur ceux qui, selon lui, peuvent l'aider à atteindre ses buts et objectifs. Cette école propose qu'un entrepreneur qui réussit doit être un "people manager", un leader efficace, un mentor qui motive, dirige et conduit les autres à accomplir des tâches déterminées. Kao (1989) constate que l'entrepreneur doit être un leader, capable de définir une vision, et d'attirer des personnes de haut niveau vers lui pour adhérer à cette vision et la transformer en réalité. Le courant le plus répandu de l'école de leadership concerne la manière dont un leader accomplit des tâches et répond aux besoins des gens. Dans cette école, il y a un bénéfice mutuel entre le leader et les adeptes, tous deux contribuant de leur mieux à la réussite d'une entreprise (Hemphill, 1959, cité dans Cunningham & Lischeron, 1991).

1.5 L'école du management :

L'école de management, considère un entrepreneur tel une personne qui organise ou gère une entreprise commerciale, en assumant le risque dans un but de profit (Webster, 1966). Dans la plupart des cas, l'échec des activités entrepreneuriales est causé par de mauvaises manœuvres de gestion. Il est estimé qu'une formation aux fonctions de gestion peut contribuer à réduire l'échec des entreprises. Cette école considère que les entrepreneurs cherchent à saisir des opportunités en utilisant des techniques de gestion et de management adaptées (Fayolle, 1999) et qu'ils sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques (Cachot, Servais & Copin, 2005).

1.6 L'école de l'intrapreneuriat :

L'intrapreneuriat étant défini comme le développement d'unités indépendantes pour générer de nouveaux produits et marchés (Fayolle, 1999). L'école d'intrapreneuriat est une réponse au manque d'innovation et de compétitivité au sein des organisations. Les intrapreneurs, bien qu'ayant un pouvoir limité au sein des organisations, agissent comme des entrepreneurs et mettent en œuvre leurs idées sans nécessairement en devenir propriétaires. Cette école, part généralement du principe qu'en incitant les individus d'une organisation à travailler comme entrepreneurs dans des unités semi-autonomes, il est possible de générer de l'innovation. L'école croit que l'esprit d'entreprise peut être appliqué à de grandes entreprises où les individus ont la possibilité d'innover dans la conduite des affaires de l'organisation.

Synthèse :

Nous avons synthétisé l'ensemble des écoles de pensée (Tableau 1) selon les constats de Cunningham & Lischeron (1991) pour faciliter la lecture.

Tableau N°1 : Synthèse des modèles entrepreneuriaux.

Modèle entrepreneurial	Théorie principale	Caractéristiques
Ecole du « Grand	L'entrepreneur détient un sixième sens	Intuition, Persistance,



homme »	et une forte intuition	vigueur et énergie
Ecole des caractéristiques psychologiques	L'entrepreneur est guidé par ses valeurs, ses attitudes et ses besoins distincts	Prise de risque, réalisation de soi, indépendance, autonomie, prise d'initiatives, Ethique, Responsabilité, Accomplissement de soi...
Ecole classique	L'entrepreneur est jugé par ce qu'il fait et non ce qu'il est, par ce qu'il crée et comment il innove.	Innovation et créativité
Ecole du leadership	L'entrepreneur est celui qui a une vision et leade les gens pour la concrétiser.	Motivation, leadership, travail en équipe, vision.
Ecole du management	L'entrepreneur est un organisateur du processus de création de richesses économiques, il poursuit les opportunités et les concrétise à travers la gestion.	Organisation, poursuite d'opportunités, gestion.
Ecole de l'intrapreneuriat	L'intrapreneur agit comme un entrepreneur dans une unité interne autonome et met en œuvre ses idées sans nécessairement en devenir propriétaire	Innovation et créativité.

« Source : Auteurs »

Nous pouvons ainsi ressortir les caractéristiques suivantes de l'entrepreneur à travers l'analyse de ces écoles :

Prise de risque	Détermination	Estime de soi
Innovation	Prise d'initiative	Vigueur
Autonomie	Besoin d'accomplissement	Energie
Intuition	Indépendance	Vision
Motivation	Poursuite d'opportunités	Gestion
Leadership	Responsabilité	Ethique
Organisation	Travail en équipe	Créativité



2. Profils d'entrepreneurs les plus identifiés

Se basant sur plusieurs caractéristiques ayant trait à l'inné ou aux acquis de l'entrepreneur, plusieurs auteurs selon leur école de pensée ont tenté de définir les caractéristiques de l'entrepreneur et de le mettre sous un profil. A travers une recherche approfondie dans la littérature à la recherche d'auteurs qui se sont intéressés au sujet du profil de l'entrepreneur, nous avons pu ressortir 159 profils que nous avons dressé dans une liste classée par nombre de citations (Annexe1). Au niveau de cette liste, vingt-quatre profils ont été identifiés au moins deux fois et cinq profils au moins cinq fois. Nous avons retenu les cinq profils cités au moins cinq fois comme profils d'entrepreneurs les plus identifiés : le Manager ou gestionnaire, l'Artisan, l'Entrepreneur, l'Innovateur et le Propriétaire. En effet, bien qu'ils soient cités avec deux appellations distinctes, Manager et Gestionnaire, il s'agit du même profil désigné avec deux langues différentes avec les mêmes caractéristiques.

2.1 Le Manager ou gestionnaire

Communément transcrits comme gestionnaire ou directeur dans le vocabulaire français, le profil du Manager est très identifié dans la littérature liée à la recherche en entrepreneuriat (Schumpeter, 1911 ; Laufer, 1975 ; Stanworth & Curan, 1976 ; Braden, 1977 ; Davidson, 1989 ; Smith, 1990 ; Miner, 1990 ; Marmuse, 1992 ; Fayolle, 1996 ; Bouhaoula, 1999 ; Letowski, 2007 ; Allali, 2008).

Sa définition la plus classique est liée principalement au rôle qu'il a au sein de l'entreprise et aux tâches qu'il effectue. Selon Mintzberg (1990), le rôle du Manager peut être scindé en trois catégories : rôle interpersonnel, rôle décisionnel et rôle lié à l'information ce qui lui attribue dix qualificatifs : un cadre symbole, un leader, un agent de liaison, un observateur actif, un diffuseur d'information, un porte-parole, un régulateur, un répartisseur des ressources, un entrepreneur et un négociateur.

Schumpeter a traité les distinctions à faire entre un entrepreneur et un manager et entre les fondements de la logique entrepreneuriale et managériale. Selon lui, la logique managériale se veut avant tout rationnelle et non créative à l'inverse de la logique entrepreneuriale. Les thèses de Schumpeter laissent à penser qu'en s'accroissant les entreprises connaissent une multiplication des cadres gestionnaires ce qui limite la logique entrepreneuriale fondée sur la prise de risques et qui se distingue de la logique managériale qui consiste, pour le manager, à optimiser les ressources qui lui ont été confiées.

Se comporter autant que Manager n'est pas suffisant pour incorporer la personne de l'entrepreneur, qui en sus de ses rôles plutôt opérationnels, doit disposer d'un esprit entrepreneurial lui permettant d'innover, de prendre des risques et de se projeter dans le long terme.

2.2 L'artisan

Au premier regard et à travers une définition classique, l'artisan serait une personne exerçant des techniques traditionnelles pour réaliser un travail manuel. Il travaille seul ou avec des apprentis pour subvenir à ses besoins personnels et familiaux. Les définitions littéraires de l'entrepreneur artisan rejoignent cette définition et y rajoutent quelques caractéristiques en termes de gestion, de capacité de développement et de croissance, et d'enseignement.

Pour Smith (1967), L'entrepreneur artisan malgré peu d'éducation scolaire, possède une grande maîtrise technique. Il refuse la croissance et le changement d'échelle car il redoute la perte de contrôle de son entreprise, pour son style de management il adopte une attitude paternaliste.

Laufer (1975), considère l'entrepreneur artisan comme un professionnel indépendant qui refuse la croissance au nom de valeurs traditionnelles. En cherchant des positions de confort sur le marché, il est certain de garantir la satisfaction financière de sa famille ainsi que son indépendance personnelle. L'artisan entrepreneur est orienté vers la satisfaction personnelle (Stanworth & Currane, 1976 ; Gasse, 1978).

Cet artisan entrepreneur, a généralement des compétences précises dans les domaines techniques ou opérationnels de l'entreprise, mais manque sur les dimensions marketing et financière dans la gestion des affaires (Knight, 1983). « *Sa formation métier fait de son projet un élément réaliste souvent pris en compte par ses interlocuteurs. Son approche est souvent assez réduite et le développement de son affaire se cantonnera à ce qui a déjà été fait. La perspective d'évolution et d'innovation est limitée sauf cas exceptionnel* » (Foliard, 2008).

Il est à retenir que l'entrepreneur artisan a un niveau d'enseignement faible, dispose d'une grande maîtrise technique et métier, privilégie le confort ce qui réduit l'opportunité de croissance, a un manque dans les dimensions marketing et financière et exerce un style de management paternaliste.

2.3 L'entrepreneur

En choisissant de garder l'appellation de l'entrepreneur pour désigner le profil de l'entrepreneur, les différents chercheurs ont rendu encore plus complexe la définition des caractéristiques de celui-ci car à ce jour aucun profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur n'a été retenu. En effet, cela signifie de lui attribuer tous les qualificatifs définis à ce jour pour l'entrepreneur. Néanmoins, l'école des traits de caractères a effectué plusieurs recherches pour déterminer les caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs.

Caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

Innovateurs - Orientés vers les résultats- Besoin de réalisation- Débrouillards- Leaders- Tendances à faire confiance - Internalité- Agressivité- Preneurs de risques modérés - Tendances à faire confiance- Confiance en soi- Indépendants- Flexibles - Implication à long terme- Créateurs- Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude- Énergiques- preneurs d'initiatives- Persévérants- Apprentissage- Originaux- Utilisation de ressources- Optimistes- Sensibilité envers les autres-Argent comme mesure de performance.

Source : Louis Jacques Filion, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, *Revue internationale P.M.E.*,10, numéro 2, 1997.

Il est de fait, qu'on retrouve plusieurs des caractéristiques attribuées aux autres profils, même ceux les plus cités, parmi les caractéristiques définies par les spécialistes en comportement. D'autant plus que celles mentionnées plus haut ne représentent que les caractéristiques les

plus souvent attribuées. « *Des milliers de recherches montreront toute une série de caractéristiques attribuées aux entrepreneurs* » (Filion, 1997).

2.4 L'innovateur

Dans une définition généraliste, l'innovateur est la personne qui propose des idées complètement nouvelles, qui sort des sentiers battus pour répondre d'une façon créative à une problématique ou qui crée carrément de nouveaux besoins. Le profil entrepreneurial qui correspondrait à l'expression de Schumpeter « nage contre le courant », et qui brise la routine et le commun.

Schumpeter (1934) a défini l'entrepreneuriat comme une force de "destruction créative" qui par la création d'une nouvelle façon de faire détruit le classique. Il considère l'entrepreneur comme un innovateur qui utilise le processus pour briser le statut quo par de nouvelles combinaisons de ressources et de nouvelles méthodes de commerce.

Schumpeter distingue cinq types d'innovations : la fabrication de biens nouveaux, de nouvelles méthodes de production, l'ouverture de nouveaux débouchés, l'utilisation de nouvelles matières premières et une nouvelle organisation du travail.

Cette dimension de l'innovation a été réitéré par plusieurs auteurs après Schumpeter. En effet, nombreux sont ceux qui ont défini l'entrepreneur innovateur en considérant cette capacité comme force irréfutable pour la croissance d'une entreprise. Notamment, Cole (1959), Miles et Snow (1978), Vesper (1980) et Julien & Marchesnay (1996).

Du fait que la fonction de l'entrepreneur innovateur est d'imaginer de nouvelles combinaisons de production qui correspondent à de nouveaux objets de consommation, de nouvelles méthodes de production, de nouveaux marchés ou de nouveaux types d'organisation, il est jugé comme étant observateur, curieux, visionnaire et preneur de risques.

2.5 Le propriétaire ou le Patron

Deux études (Stanworth & Curran, 1973 ; Watkins & Watkins, 1983) ont observé les attitudes des propriétaires de petites entreprises vis-à-vis des salariés et des professionnels. Les principales conclusions ont été que les propriétaires sont souvent réticents à déléguer des responsabilités aux nouveaux arrivants, soit parce qu'ils désirent garder le total contrôle, soit parce qu'ils craignent que ces employés se lancent en affaires en concurrence avec eux si on leur permettait de développer leurs compétences.

Stanworth & Gray (1991) ont également étudié deux groupes de petites entreprises d'âges et de zones géographiques similaires et opérant dans les mêmes secteurs, la différence c'est que la taille des entreprises du premier groupe était dix fois plus grande que celle du deuxième groupe. L'objectif de l'étude était de mieux connaître les dirigeants non-propriétaires des petites entreprises. L'étude a notamment révélé que pour les deux groupes, les domaines dans lesquels l'expertise est jugée la plus élevée est la production, suivie du marketing et de la gestion générale. Pour les deux groupes, la finance occupe une position intermédiaire, le personnel et la R&D étant les plus faibles.

Le profil du Patron est principalement attribué à des propriétaires souvent avec un niveau faible d'éducation et qui sont plus orientés vers la production, il prend des risques (Julien & Marchesnay, 1988), il est persévérant (McClelland, 1961) et indépendant (Richomme, 2000).

Conclusion

Le rôle clé de l'entrepreneur dans la survie et la croissance de l'entreprise a fait de lui un sujet de recherche très étudié. En effet, le grand nombre de contributions visant à cerner l'entrepreneur et à saisir son profil a permis de constituer une base de connaissances solide qui soutient le domaine de l'entrepreneuriat et principalement celui lié à l'entrepreneur. Ce travail nous a permis de constater qu'il n'existe pas un seul profil de l'entrepreneur sur lequel tous les chercheurs s'accordent, mais plutôt quelques profils que nous avons ressortis comme étant les plus cités dans la littérature, notamment, le gestionnaire ou manager, l'artisan, l'entrepreneur, l'innovateur et le propriétaire. En toute évidence et de par la complexité de l'analyse de l'Homme et de ses attributs, une multiplicité de caractéristiques attribuées à l'entrepreneur a émergé induisant naturellement à son tour à une multiplicité de profils de l'entrepreneur, car souvent assemblées de manière différente selon l'école de pensée de l'auteur, ses constats, ses analyses et les études empiriques qu'il a mené.

Ceci-dit, bien que différentes recherches à ce sujet aient continué à évoluer pendant plusieurs décennies, et bien que les nominatifs des profils continuent à différer, ce travail a permis de faire converger les apports de notre étude vers des profils communs de l'entrepreneur en ressortant cinq profils cités au moins cinq fois dans la littérature. L'effort de recherche effectué pour regrouper les travaux traitant le profil de l'entrepreneur permettra d'une part l'accès à des informations sur le sujet, avant éparpillées, aujourd'hui groupées, chronologisées, centralisées, et classés par citations ce qui fera gagner un temps précieux à d'autres chercheurs intéressés par le sujet et d'autre part, l'exploitation de cinq profils analysés et ressortis sur la base de 159 profils cités dans la littérature ouvrira la voie vers des études empiriques sur différents échantillons pour identifier les profils d'entrepreneurs d'un pays par exemple ou pour comparer entre différentes régions, etc., et cela sur la base de profils confirmés et validés par plusieurs chercheurs, en l'absence d'une typologie de profils communément acceptée.

Ce travail présente certaines limites, car bien qu'une recherche très approfondie ait été menée pour ressortir les profils d'entrepreneurs identifiés durant la période 1890 – 2017, nous ne pouvons prétendre l'exhaustivité en termes de profils présentés dans ce papier. Aussi, le fait de se concentrer sur les travaux menés durant cette période nous a peut-être empêché d'évoquer une recherche pertinente sur les profils de l'entrepreneur ayant été réalisée avant ou après cet intervalle temporel.

Le désir de comprendre et de percer le mystère de l'entrepreneur fera de ce sujet une piste de recherche continue et intéressera certainement d'autres chercheurs. En classant les profils d'entrepreneurs, nous avons remarqué que certains profils avaient des appellations presque identiques ou comprenaient un mot clé commun tandis que d'autres présentaient des caractéristiques communes bien qu'ayant des appellations différentes, ceci nous a poussé à nous interroger sur la possibilité de regrouper les profils observant les mêmes caractéristiques et attributs en analysant les définitions exactes des auteurs ayant proposés des profils présentant certaines ressemblances, ce qui pourrait donner lieu à une nouvelle proposition de classement par citation et à une nouvelle conclusion quant aux profils d'entrepreneurs les plus

cités dans la littérature. Nous pensons alors que ce constat présente une bonne piste pour une recherche future sur l'entrepreneur et ses profils. Et si les chercheurs tendaient vers des profils communs avec des appellations différentes ?

ANNEXE 1 : Les profils de l'entrepreneur identifiés dans la littérature classés par ordre décroissant selon le nombre de fois cités.

	Le profil	Nombre de fois cité
1	Le Manager ou le Gestionnaire (Schumpeter, 1911 ; Laufer, 1975 ; Stanworth et Curan, 1976 ; Braden, 1977 ; Davidson, 1989 ; Smith, 1990 ; Miner, 1990 ; Marmuse, 1992 ; Fayolle, 1996 ; Bouhaoula, 1999 ; Letowski, 2007 ; Allali, 2008)	12
2	L'artisan (Smith, 1967 ; Laufer, 1975 ; Stanworth & Curan, 1976 ; Gasse, 1978 ; Dunkelberg & Cooper, 1982 ; Knight, 1983 ; Lafuente & Salas, 1989 ; Marmuse, 1992 ; Foliard, 2008)	9
3	L'entrepreneur (Schumpeter, 1911 ; Glueck, 1977 ; Carland & Hoy, 1988 ; Davidson, 1989 ; Gartner, 1989 ; Marmuse, 1992 ; Chell & Haworth, 1993 ; Marchesnay, 2000)	8
4	L'innovateur (Schumpeter, 1934 ; Cole, 1959 ; Laufer, 1975 ; Miles & Snow, 1978 ; Vesper, 1980 ; Julien & Marchesnay, 1996)	6
5	Le propriétaire (Laufer, 1975 ; Glueck, 1977 ; Carland & Hoy, 1988 ; Davidson, 1989 ; Gartner, 1989)	5
6	L'inventeur (Sombart, 1911 ; Cole, 1959 ; Knight, 1983 ; OnePoll, 2017)	4
7	L'indépendant (Collins & Moore, 1970 ; Dunkelberg & Cooper, 1982 ; Ettinger, 1983 ; Bouhaoula, 1999)	4
8	Le promoteur (Cole, 1959 ; Knight, 1983 ; Stevenson & Gumpert, 1985)	3
9	Le constructeur / créateur d'organisation (Cole, 1959 ; Ettinger, 1983 ; Vesper, 1980)	3
10	L'administratif (Collins & Moore, 1970 ; Stevenson & Gumpert, 1985 ; Chell & Haworth, 1993)	3
11	L'entrepreneur (Kochanski & Kombou, 1988 ; Marchesnay, 1998 ; Vega & Kidwell, 2007)	3
12	Le technicien (Smith, 1990 ; Fayolle, 1996)	2
13	Le révolutionnaire (Casson, 1982 ; Boutillier & Uzunidis, 1999)	2
14	L'imitateur (Schumpeter, 1911 ; Cole, 1959)	2
15	Le passionné (Bouhaoula, 1999 ; Fouquet, 2011)	2
16	Le prospecteur (Miles & Snow, 1978 ; Julien & Marchesnay, 1996)	2
17	Le suiveur (Miles & Snow, 1978 ; Julien & Marchesnay, 1996)	2
18	Le réacteur (Miles & Snow, 1978 ; Julien & Marchesnay, 1996)	2
19	L'orienté vers la croissance (Laufer, 1975 ; Dunkelberg & Cooper, 1982)	2
20	Le travailleur (Vesper, 1980 ; SIU, 1995)	2
21	L'opportuniste (Smith, 1967 ; Coste, 2011)	2
22	Le visionnaire (Filion, 1998 ; Fouquet, 2011)	2



23	Le routinier (Boutillier & Uzunidis, 1999)	2
24	Le négociateur (Gaglio & Katz, 2001 ; Foliard, 2008)	2
25	Celui qui introduit des méthodes nouvelles et meilleurs (Marshall, 1890)	1
26	Celui qui suit les sentiers battus (Marshall, 1890)	1
27	L'entrepreneur capitaliste (Weber, 1905)	1
28	Le chevalier économique (Marshall, 1907)	1
29	Le découvreur (Sombart, 1911)	1
30	L'organisateur (Sombart, 1911)	1
31	Le conquérant (Sombart, 1911)	1
32	L'entrepreneur pratique (Cole, 1942)	1
33	L'informé (Cole, 1942)	1
34	Le sophistiqué (Cole, 1942)	1
35	Le mathématiquement avisé (Cole, 1942)	1
36	Le répétiteur (Cole, 1959)	1
37	L'entrepreneur orienté vers l'efficacité (Laufer, 1975)	1
38	L'entrepreneur classique (Stanworth & Curan, 1976)	1
39	Le dirigeant d'entreprise familiale	1
40	Le protecteur (Braden, 1977)	1
41	L'entrepreneur d'affaires (Glueck, 1977)	1
42	Le Travailleur autonome (Vesper, 1980)	1
43	Le bâtisseur d'équipes (Vesper, 1980)	1
44	Multiplicateur de modèles existants (Vesper, 1980)	1
45	Exploitant d'économie d'échelle (Vesper, 1980)	1
46	Rassembleur de capitaux A (Vesper, 1980)	1
47	L'acquéreur (Vesper, 1980)	1
48	L'artiste qui achète et vend (Vesper, 1980)	1
49	Le constructeur de conglomerats (Vesper, 1980)	1
50	Le spéculateur (Vesper, 1980)	1
51	Le manipulateur de valeurs apparentes (Vesper, 1980)	1
52	L'entrepreneur privé (Casson, 1982)	1
53	L'entrepreneur politique (Casson, 1982)	1
54	Le criminel (Casson, 1982)	1
55	Le reproducteur (Kochanski & Kombou, 1988)	1
56	Le reproducteur multiplicateur (Kochanski & Kombou, 1988)	1
57	L'explorateur mutant (Kochanski & Kombou, 1988)	1
58	L'explorateur individualiste (Kochanski & Kombou, 1988)	1
59	L'entrepreneur Bûcheron (Filion, 2000)	1
60	Le séducteur (Filion, 2000)	1
61	Le sportif (Filion, 2000)	1
62	Le converti (Filion, 2000)	1
63	Le vacancier (Filion, 2000)	1
64	Le missionnaire (Filion, 2000)	1
65	L'orienté vers le risque (Lafuente & Salas, 1989)	1
66	L'orienté vers la famille (Lafuente & Salas, 1989)	1
67	Le PIC (Julien & Marchesnay, 1990)	1
68	Le CAP (Julien & Marchesnay, 1990)	1



69	Le démocratique (Rosener, 1990)	1
70	L'interactif (Rosener, 1990)	1
71	L'ouvert (Rosener, 1990)	1
72	Le performant personnel (Miner, 1990)	1
73	Le super vendeur (Miner, 1990)	1
74	Expert générateur d'idées (Miner, 1990)	1
75	Le quasi-entrepreneur (Chell & Haworth, 1993)	1
76	L'attentionné (Chell & Haworth, 1993)	1
77	L'entrepreneur citoyen (SIU, 1995)	1
78	Le danseur (SIU, 1995)	1
79	L'idéaliste (SIU, 1995)	1
80	Le voltigeur (SIU, 1995)	1
81	Le super technicien (Fayolle, 1996)	1
82	L'entrepreneur inexpérimenté mais adaptateur (Sammur, 1998)	1
83	L'expérimenté mais prudent (Sammur, 1998)	1
84	L'ambitieux mais raisonnable (Sammur, 1998)	1
85	Le fougueux (Sammur, 1998)	1
86	L'opérateur (Filion, 1998)	1
87	L'isolé (Marchesnay, 1998)	1
88	Le nomade (Marchesnay, 1998)	1
89	Le notable (Marchesnay, 1998)	1
90	L'entrepreneur héroïque (Boutillier & Uzunidis, 1998)	1
91	Le socialisé (Boutillier & Uzunidis, 1998)	1
92	Le patrimonial (Bouhaoula, 1999)	1
93	Le rebelle (Duchéneaut, 1999)	1
94	Le mature (Duchéneaut, 1999)	1
95	L'initié (Duchéneaut, 1999)	1
96	Le débutant (Duchéneaut, 1999)	1
97	L'entrepreneur local (Torres, 2000)	1
98	Le globe-trotteur (Torres, 2000)	1
99	L'entrepreneur patron (Marchesnay, 2000)	1
100	Le demi-patron (Marchesnay, 2000)	1
101	L'explorateur (Torres, 2000)	1
102	L'entrepreneur technologique (Uzunidis, 2001)	1
103	L'entrepreneur de proximité (Uzunidis, 2001)	1
104	L'entrepreneur prêt (Erikson, 2001)	1
105	Le réticent (Erikson, 2001)	1
106	Le faisable (Erikson, 2001)	1
107	Le non convaincu (Erikson, 2001)	1
108	L'évaluateur (Gaglio & Katz, 2001)	1
109	Le désintéressé (Gaglio & Katz, 2001)	1
110	Le désengagé (Gaglio & Katz, 2001)	1
111	L'entrepreneur à la gestion horizontale (Buttner, 2001)	1
112	L'entrepreneur à la gestion participative (Buttner, 2001)	1
113	Le nocif naïf (Ucbasaran & Al., 2004)	1
114	Le transitoire au-dessus du novice (Ucbasaran & Al., 2004)	1
115	Le novice long terme (Ucbasaran & Al., 2004)	1



116	L'expert habituel (Ucbasaran & Al., 2004)	1
117	Le novice transitoire (Ucbasaran & Al., 2004)	1
118	Le transitoire habituel (Ucbasaran & Al., 2004)	1
119	L'habitué routine (Ucbasaran & Al., 2004)	1
120	L'altruiste (Tadjine & Al., 2006)	1
121	L'économe (Letowski, 2007)	1
122	L'incubateur (Vega & kidwell, 2007)	1
123	Le bienfaiteur (Vega & kidwell, 2007)	1
124	L'intéressé (Vega & kidwell, 2007)	1
125	L'entrepreneur pressé (Foliard, 2008)	1
126	L'ancien chômeur hésitant (Foliard, 2008)	1
127	L'ambitieux (Foliard, 2008)	1
128	Le dépité (Foliard, 2008)	1
129	Le prescrit (Foliard, 2008)	1
130	Le rêveur (Foliard, 2008)	1
131	Le décalé (Foliard, 2008)	1
132	Le timide (Foliard, 2008)	1
133	L'immigrant revenu au pays (Allali, 2008)	1
134	L'entrepreneur vision sécurité (Robinson & Stubberud, 2009)	1
135	L'entrepreneur vision réseaux informels (Robinson & Stubberud, 2009)	1
136	L'attiré par la richesse (Sappleton, 2009)	1
137	Le carriériste (Jaouen, 2010)	1
138	L'Hédoniste (Jaouen, 2010)	1
139	Le paternaliste (Jaouen, 2010)	1
140	L'alimentaire (Jaouen, 2010)	1
141	L'entrepreneur ayant une politique sociale et humaine (Nixdorff & Rosch, 2010)	1
142	L'entrepreneur militant (Coste, 2011)	1
143	L'entrepreneur créatif (Coste, 2011)	1
144	L'éthique (Ahmad & Seet, 2011)	1
145	L'expert (Coste, 2011)	1
146	L'entrepreneur persistant (De Vita & Al, 2014)	1
147	L'entrepreneur au sens de l'épargne (De Vita & Al., 2014)	1
148	L'entrepreneur à facilité relationnelle (De Vita & Al., 2014)	1
149	L'entrepreneur au sens de la tradition (De Vita & Al., 2014)	1
150	Leader (O'Shea, 2015)	1
151	L'entrepreneur à motivation pécuniaire (Baray, 2015)	1
152	L'entrepreneur par défi et opportunité (Baray, 2015)	1
153	L'entrepreneur par contrainte (Baray, 2015)	1
154	L'entrepreneur par défi et vocation (Baray, 2015)	1
155	Le serial Entrepreneur (OnePoll, 2017)	1
156	Le jeune diplômé (OnePoll, 2017)	1
157	L'entrepreneur à mi-temps (OnePoll, 2017)	1
158	Baby-boomers entrepreneurs (OnePoll, 2017)	1
159	Porteur de projets issu de la générationY (OnePoll, 2017)	1

« Source : Auteurs »



BIBLIOGRAPHIE

- Ahmad, N. h. & Seat, P-H., (2009), Developing Competitive Advantage through Ethical and SR Practices : The Case of SME in Australia and Malaysia, *International Business Research*.
- Allali, B., (2008), Culture et gestion au Maroc: une osmose atypique, dans Eduardo Davel, Jean-Pierre Dupuis et Jean-François Chanlat (dir.), *Gestion en contexte interculturel : approches, problématiques, pratiques et plongées*, Québec, Presses de l'Université Laval et Télé-université (UQAM).
- Baray, J., (2015) Outils d'identification du potentiel entrepreneurial et d'accompagnement des nouvelles générations d'entrepreneurs, 4ème colloque international de la Recherche du Laboratoire du Centre Entrepreneuriat du Littoral, 4 & 5 novembre 2015, Dunkerque.
- Baronet, J., (1996), L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue selective de la littérature sur l'entrepreneurship, *Cahier de recherche*, n°96-07-01, Juillet.
- Bouhaoula M., (1999), Micro-mentalités et logiques d'action des dirigeants des petites entreprises du tourisme sportif, Thèse de doctorat, Université Joseph-Fourier, Grenoble I.
- Boutillier S. & Uzunidis D., (1998), De l'entrepreneur héroïque à l'entrepreneur socialisé, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, n°8.
- Boutillier, S. & Uzunidis, D., (1999), La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise, Editions La Découverte et Syros, Paris.
- Braden, P., (1977), Technical Entrepreneurship, Michigan, *Business Reports*, No. 62.
- Buttner, E.H., (2001), Entrepreneurship and Ethics : A Literature Review, *Journal of Business Ethics*, Volume 46, issue 2.
- Cachot, L., Servais, I. & Copin, G. (2005). Etude définissant les valeurs et aptitudes qui caractérisent l'esprit d'entreprise. Document de recherche Interprofessionnel Rhones-Alpes (IPRA).
- Carland, J. W., Hoy, F. & Carland, J. A., (1988), Who is an entrepreneur ? Is a question worth asking, *American Journal of Small Business*, 12, 33-39.
- Casson, M., (1982), *The Entrepreneur : An Economic Theory*, Oxford : Martin Robertson.
- Chell, E. & Haworth, J. M. (1993), Profiling entrepreneurs : multiple perspective and consequent methodological considerations, in Klandt H., *Entrepreneurship and business development*, Antony Rowe Lt., London.
- Cole, A.H., (1942), Entrepreneurship as an Area of Research, *The Tasks of Economic History*, pp.118-126.
- Cole, A.H., (1959), *Business Enterprise in its Social Setting*, Harvard University Press, Business & Economics.
- Collins, O.F. & Moore, D.G. (1970), *The Organization Makers : Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*, New York : Appleton-Century-Crofts (Meredith Corp.).
- Coste, P., (2011), osez créer votre entreprise, Ed. Eyrolles.
- Cunningham, J.B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, n°1, 45-61.
- Davidson, P. (1989), Continued entrepreneurship and small firm growth, Stockholm school of economics, The Economic Research Institute (EFI), 261 p.



- De Vita, L., Mari, M. & Poggesi, S., (2014), Women entrepreneurs in and from developing countries : Evidences from the literature, *European Management Journal*.
- Duchéneaut, B., (1999), Portrait-robot et socio-styles des créateurs d'entreprises en 1998. EURO PME/ Groupe ESC Rennes et Salon des Entrepreneurs. Voir site : <http://www.apce.com/CHIFFRES/portrait.html>.
- Dunkelberg, W.C. & Cooper, A.C., (1982), Entrepreneurial typologies : an empirical study, in *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Babson Entrepreneurship Research Conference*, Wellesley, MA, pp. 1-15.
- Erikson T., (2001), Revisiting Shapero: A taxonomy of entrepreneurial typologies, *New England Journal of Entrepreneurship*; Spring 2001; 4, 1.
- Ettinger, J.C, (1983), Le profil psychologique du créateur d'entreprise, *Revue française de gestion*, n°41.
- Fayolle, A., (1996), Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs français, Thèse pour le Doctorat en Sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Décembre 1996, 575 p.
- Fayolle, A., (1999), L'enseignement de l'entreprise dans les universités françaises : analyse de l'existant et proposition pour en faciliter le développement. Rapport rédigé à la demande de la direction de la Technologie, Paris : La documentation Française.
- Filion, L., (1997), Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue internationale P.M.E.*, 10, (2), 129–172.
- Filion, L.J., (1998), Entrepreneurship : entrepreneurs and small business owner-managers. Published in : Julien, P.A. (Ed.) *The State of the Art in Small Business and Entrepreneurship*. chap. 4, London : Avebury : p. 117-149 ; p 428-440.
- Filion, L.J., (2000), Six types de propriétaires-dirigeants de PME, *Revue Organisations & Territoires*, volume 9, no 1, hiver 2000, p. 5-16.
- Foliard, S. (2008), Le financement bancaire des créateurs de très petites entreprises. *Sciences de l'Homme et Société*. Université Jean Moulin - Lyon III.
- Fourquet, P. (2011), Inné ou acquis ? L'ADN de l'entrepreneur décodé. Paris, Studio Ernst and Young France, 28 p.
- Gaglio, C.M., & Katz, J.A., (2001), The Psychological Basis of Opportunity Identification: Entrepreneurial Alertness, *Small Business Economics* 16(2):95-111.
- Gartner, W. B., (1989), Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics, *Entrepreneurship Theory and Practice*, volume 14, n°1, fall, p 27-37.
- Gasse, Y., (1978), Characteristics, Functions and Performance of Small Firms : Owner-managers in Two Industrial Environments (2 volumes), Thèse de doctorat, Northwestern University, Evanston 111., University Microfilm International, n° 79-3265.
- Glueck, W.F., (1977), *Management*, Hinsdale, I.L.L. : The Dryden Press.
- Jaouen, A., (2010), Typologie de dirigeants de très petite entreprise, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, Volume 23, Issue 1, *Journal of Management Studies*, vol. 13, n° 2.
- Julien, P.A., & Marchesnay, M., (1988), *La petite entreprise*, Paris : Editions Vuibert, p288.
- Julien P.A., & Marchesnay M., (1996), *L'entrepreneuriat*, Economica, Gestion poche, Paris, 111 p.



- Kombou, L. & Kochanski, J., (1988), Les créateurs d'entreprises, profils, comportements et conditions de création au cours de la période 1980-1987, Paris, Agence nationale pour la création d'emplois, ANCE.
- Kao, R.W.Y., (1989), Entrepreneurship and Enterprise Development. Toronto: Holt, Rimehart and Winston Limited.
- Knight, R.M., (1983), Entrepreneurship in Canada, Journal of Small Business, Vol.1, n°1, p. 9-15.
- Lachman, R., (1980), Toward Measurement of Entrepreneurial Tendencies, Management International Review, 20 (2): 108–116.
- Lafuente, A. & Salas.V., (1989), Types of entrepreneurs and firms : the case of new Spanish firms , Strategic Management Journal, vol. 10, no 1, p. 17-30.
- Laufer, J.C., (1975), Comment on devient entrepreneur, Revue française de gestion, nov : 18-29.
- Levy-tadjine T. & Paturel R., (2006), Essai de modélisation triadique du phénomène entrepreneurial, La stratégie dans tous ses états. Mélanges en l'honneur de M. Marchesnay, EMS, pp. 311-321.
- Letowski, A. (2007), L'analyse des créations pérennes à trois ans par tranches de chiffre d'affaires et éléments de profils, Observatoire de l'APCE.
- Marchesnay M., (2000), L'entrepreneuriat, une vue kaléidoscopique, Revue Internationale PME, vol.13, N°1, pp .105-116.
- Marchesnay, M., (1998), Confidence and Types of Entrepreneurs. Publié dans : Pleitner, H.J. Renaissance of SMEs in a Globalized Economy. St-Gall : Verlag KMU/HSG : 545-556.
- Marchesnay. M & Julien, P. A., (1990), The small business : as a transaction space, Entrepreneurship and Regional Development, n° 2.
- Marmuse, C., (1992), Politique générale : langages, intelligence, modèles et choix stratégiques, Economica, 592 pages.
- Marshall, A., (1890), Principales of economies, New york : Macmillan and Co.
- Marshall, A. (1907), Social possibilities of economic chivalery, in A. C. Pigou (ed.), Memorials of Alfred Marshall, London, Macmillan, 1925, pp. 323-346.
- Mcclelland, D. C., (1961), The achieving society. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Miles, R. E., Snow C. S., (1978), Organizational Strategy, Structure, and Process, The Academy of Management Review, Vol. 3, No. 3.
- Miner, J.B., (1990), Entrepreneurs, high growth entrepreneurs, and managers : contrasting and overlapping motivational patterns, Journal of Business Venturing, vol. 5, no 4, p. 221-234.
- Mintzberg, H., (1990), Mintzberg on Management : Inside our Strange World of Organizations, New York and London : Free Press/Collier Macmillan.
- Nixdorff, J. L. & Rosch, T. H., (2010), The glass ceiling women face: an examination and proposals for development of future women entrepreneurs, New England Journal of Entrepreneurship, vol. 13, n° 2, pp. 71-87.
- O'Shea, N., (2015), Des femmes business developers en France. Histoires de vies et de vérités, in Objectif Business Development, dans la peau des Business Developers (pp. 167-179), Paris, EMS, coll. « Questions de société ».
- Peterson, R., (1985), Raising risk taker, Metropolitan Business Journal, 75 (7), 30-34.



- Onepoll, (2017), Étude : la personnalité de l'entrepreneur et son impact sur le succès de l'entreprise, vistaprint, octobre. <https://news.vistaprint.com/etude-personnalite-entrepreneurs>
- Robinson, S. & Stubberud, H.A., (2009), Sources of advice in entrepreneurship: Gender differences in business owners' social networks, *International Journal of Entrepreneurship*, 13.
- Rosener, J., (1990), Ways Women Lead, *Harvard Business Review* (November–December), 119– 125.
- Richomme, K., (2000), Contribution à la compréhension du système de gestion des entreprises artisanales, Thèse de doctorat en gestion, Montpellier 1.
- Sammut, S., (1998), Jeune Entreprise. La phase cruciale du démarrage, L'Harmattan, Paris.
- Sappleton, N., (2009), Women non-traditional entrepreneurs and social capital, *International journal of gender and entrepreneurship*.
- Schumpeter, J.A., (1911), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*: Chapitre 7 "Das Gesamtbild der Volkswirtschaft", Leipzig, Verlag von Duncker et Humblot [Traduction anglaise par Becker.M.C et Knudsen.T(2002)].
- Schumpeter, J.A., (1934), *The theory of economic development*, Cambridge, Mass: Harvard University Press; also: Cambridge, Mass: Harvard Economic Studies, vol. 46; also: London:Oxford University Press. First original edition in German published in 1912.
- Siu, W.S., (1995), Entrepreneurial Typology: The Case of Owner-Managers in China. *International Small Business Journal*, 14,1: 53-66.
- Smith, D., (1990), Beyond Contingency Planning: Towards a Model of Crisis Management, *Industrial Crisis Quarterly*, vol. 4, n°4, pp. 263-275.
- Smith, N.R., (1967), The entrepreneur and his firm : the relationship between type of man and type of company, Bureau of Business and Economic Research, Michigan State University.
- Stanworth, J. & Curran, J. (1973), *Management Motivation in the Smaller Business*. Epping: Gower Press.
- Stanworth, J. & Gray, C, (1991), *Bolton 20 Years On: the Small Firm in the 1990s*. Published on behalf of Small Business Research Trust and commissioned by the National Westminster Bank. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Stanworth, M. J.K. & Curran, J., (1976), Growth & small firm - an alternative view, *Journal of Management Studies*.
- Stevenson, H. H. & Gumpert, D., (1985), The heart of entrepreneurship, *Harvard Business Review*, Vol 63, pp. 85–94.
- Sombart, W., (1911), *The Jews and Modern Capitalism*, traduction anglaise du texte allemand par M. Epstein, 1913. Kitchener, Ontario, Batoche Books, 2001, 291 pages.
- Torres, O., (2000), L'entrepreneuriat face à la globalisation, dans *Histoire d'entreprendre* (sous la dir. de T. Verstraete), Editions Management & Société (EMS), juillet.
- Ucbasaran, A.D., (2004), Business ownership experience, entrepreneurial behaviour and performance : novice, habitual, serial and portfolio entrepreneurs, PhD thesis, University of Nottingham.



- Uzunidis, D., (2001), Entrepreneurs, création d'entreprise et désordre économique, Maison de la Recherche en Sciences de l'Homme, N° 45, Septembre. <https://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/04/doc45.pdf>.
- Vega, G. & Kidwell, R. E., (2007), Toward a Typology of New Venture Creators : Similarities and Contrasts Between Business and Social Entrepreneurs, New England Journal of Entrepreneurship, volume 10, Article 4.
- Vesper, K.H., (1980), New Venture Strategies, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Watkins, J. & Watkins, D., (1983), The female entrepreneur: Background and determinates of business choice - Some British Data, Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA: Babson College, 271-288.
- Weber, M., (2002 [1905]) The Protestant Ethic and the 'Spirit' of Capitalism, trans. Baehr P, Wells G. London: Penguin.
- Webster, M. (1966), The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. New York: Routledge www.asiaentrepreneurshipjournal.com.